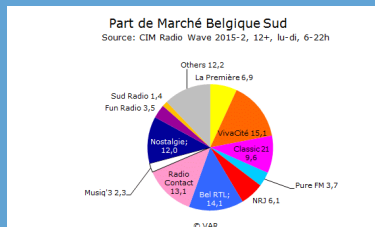
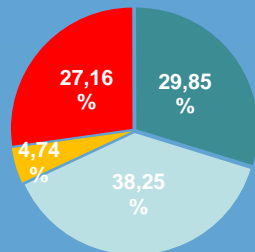


L'encadrement de la publicité électorale des partis politiques, le cas de la Belgique

4^{ème} Séminaire international d'échanges du RECEF
Tunis, 24 mai 2016

Les médias régulés

- Télévision
- Radio



La publicité pour les partis est libre...

- Interdiction de toute publicité sur le service public (depuis 1930) mais émissions concédées
- Interdiction de toute publicité sur les médias privés (depuis 1980)
- Interdiction de la publicité pour les partis politiques (1985- 2010)
- Publicité libre, hors période électorale et service public

Régime en période électorale

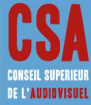
- Définition de la période électorale
- La publicité pour les partis est interdite
- Une publicité est organisée par le service public
- Une publicité est régulée pour les médias audiovisuels

Interdiction de la publicité

- Pour les partis, candidats et tiers
- Aussi au cinéma
- Pas en presse écrite
- Mais limitation des dépenses électorales

Le dispositif électoral de la RTBF

- Établi par le CA (pluraliste)
- Concerne les émissions d'information sur les élections (organisation, débats entre formations, résultats)
- Concerne aussi les tribunes électorales
- Couvre l'ensemble des moyens de communication, dont les réseaux sociaux



Le règlement du CSA

Elaboration

- Elaboré par le Collège d'avis représentatif des secteurs
- En consultant tous les régulés
- Recommandations puis règlements
- Ne porte que sur ce qui relève de la compétence du CSA (radio et TV)



Le règlement du CSA

Accompagnement

- Informer complètement les radios et TV
- Accompagner la rédaction des dispositifs si nécessaire
- Enregistrer et rendre publics les dispositifs

Le règlement du CSA

Contrôle

- S'assurer de la responsabilité assumées des éditeurs
- Veiller au respect de l'ensemble des règles existantes
- Adapter les exigences à la pratique dans le respect de la liberté éditoriale

Lignes de force (1)

- Distinguer des programmes de nature différente : programmes en général, information générale, information consacrée à la campagne, tribunes électorales
- Assurer une représentation équilibrée
- Transparence et objectivité des choix

Lignes de force (2)

- Retirer de l'antenne tout candidat
- Sauf dans les émissions couvrant la campagne, éviter la présence de candidats dans l'info, sauf circonstance exceptionnelle
- Prudence quant aux discours de soutien de tiers

Lignes de force (3)

- Assurer une représentation équilibrée des partis dans les émissions consacrées à la campagne
- Equilibre sur la durée de la campagne mais aussi au sein d'un même genre de programme
- Eviter toute prééminence sur les services non linéaires

Lignes de force (4)

- Assurer une représentation des petites listes, des nouvelles listes
- Exclure les listes qui prônent des idées non démocratiques, racistes, haineuses (cordon sanitaire)
- Un même discours en français pour les médias utilisant partiellement une autre langue

Lignes de force (5)

- Les débats électoraux doivent être contradictoires
- Aucun débat ne peut être organisé la veille du scrutin
- La transparence des sondages doit être garantie

Régime des communications gouvernementales

- Ce droit d'accès au service public pour diffuser des messages d'intérêt général existe mais s'exerce de plus en plus rarement
- Ce droit est limité, deux mois avant la date d'une élection, aux messages urgents liés à la sécurité
- Sans référence à un ministre

Pour conclure

- En période électorale, la Belgique francophone a préféré à une publicité libre un système d'information sur les enjeux électoraux et sur les positions des partis candidats à une publicité libre
- Fondé sur des dispositifs arrêtés à l'avance, ce système est objectif et transparent
- Au cours de cette période, un régulateur audiovisuel contrôle l'application des dispositifs et, au besoin dans l'urgence, il peut agir

Pour faire mieux

Une analyse des débats électoraux menés en TV lors des élections de 2014 montre une participation déséquilibrée entre hommes (69,62%) et femmes (30,38%) politiques.

Les futurs dispositifs électoraux pourraient intégrer cette dimension.

Mais une meilleure représentativité permanente de la diversité des publics et des opinions dans les médias sera encore un meilleur gage pour faire vivre une vraie démocratie. Les régulateurs des médias y travaillent.

Des questions?

www.csa.be

<http://elections.csa.be/>

info@csa.be